

**PERSEPSI PENGARUH PERIKLANAN, PERSONAL SELLING,
PROMOSI PENJUALAN DAN PUBLISITAS TERHADAP PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA DI PT. TIMBUL MARIDY JAYA MOTOR
BOYOLALI**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh :

DESI KURNIAWATI

B 100 080 034

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**“PERSEPSI PENGARUH PERIKLANAN, PERSONAL SELLING,
PROMOSI PENJUALAN DAN PUBLISITAS TERHADAP PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT. TIMBUL MARIDY JAYA MOTOR
BOYOLALI”**

Yang ditulis oleh:

DESI KURNIAWATI

B 100 080 034

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta,

Pembimbing Utama

(Basworo Dibyo, SE. M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. H. Triyono, SE. M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **DESI KURNIAWATI**
NIRM : **08.6.106.02016.50034**
Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PERSEPSI PENGARUH PERIKLANAN,
PERSONAL SELLING, PROMOSI
PENJUALAN DAN PUBLISITAS TERHADAP
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI
PT. TIMBUL MARIDY JAYA MOTOR
BOYOLALI**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,.....**Januari.2011**.....

Yang membuat pernyataan,

(DESI KURNIAWATI)
.....

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan skripsi ini buat:

- *Ayahanda dan Ibunda Tercinta,*
- *Kakak-kakakku tersayang*

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri

(Qs. Ar-Ra'ad : 11)

Sesungguhnya sesudah kesulitan akan datang kemudahan. Maka kerjakanlah urusanmu dengan sungguh-sungguh dan hanya kepada Allah kamu berharap.

(QS. Asy-Syar'I : 6-8)

Dan janganlah kamu memalingkan muka dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan dimuka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang sombong lagi membanggakan diri. (Q.S Al-Luqman: 18)

Jadilah pemaaf ketika kau berkuasa, pemurah ketika kau susah, mengutamakan kepentingan orang lain ketika kau butuh. Kelak akan sempurnalah keutamaanmu.

(Al Hadist)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PERSEPSI PENGARUH PERIKLANAN, PERSONAL SELLING, PROMOSI PENJUALAN DAN PUBLISITAS TERHADAP PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI PT. TIMBUL MARIDY JAYA MOTOR BOYOLALI”

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H Bambang Stiaji, MS. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Triyono, SE.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unioversitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Basworo Dibyo, SE.,M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan skripsi penulis.
5. Bapak Anton Agus Setyawan SE. M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
7. Bapak atau Ibu Pimpinan PT. Timbul Maridy Jaya Motor Boyolali yang telah memberikan izin penelitian.
8. Ayahanda H. Dandun Irfani dan Ibunda Hj. Tamamiyati tercinta yang telah memberikan dorongan, baik moral maupun material serta do'a, dorongan dan semangat yang mengalir tulus tanpa mengharapkan balasan, serta untuk kasih sayang yang tak pernah putus dan tak lekang oleh waktu.
9. Kakak-kakakku Awalisanah, S.hum., dan Kharis Taftian, S.Pd.I yang telah memberikan motivasi selama penyusunan skripsi.
10. Teman-teman kos Green Fidsya 3, Asry, Devi, Galuh, Ika, Mustika, Vivin, dll.. Temenku sefakultas, Riza, Nike, Linda, Ira, Reni, Agus, Arief, Wulan, Eva, Vika, Huda, Nugroho, Hendra, dll. Dan temenku Linda W, Gitta, Arlinda, Astry. Serta teman-temanku yang tidak dapat disebut satu persatu, *Thank's* atas kebersamaannya selama ini dan hingga saat ini “ **Aku temukan nilai-nilai kehidupan dan persahabatan yang tulus dan indah bersama kalian semua**”.
11. Terima kasih kepada seluruh pemakai sepeda motor honda di PT. Timbul Maridy Jaya Boyolali atas kesediaanya untuk membantu.
12. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta,

Penulis

DESI KURNIAWATI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	9
B. Bauran Pemasaran.....	15
C. Bauran Promosi.....	19
D. Periklanan	22
E. Penjualan Pribadi (Personal Selling).....	26

	F. Promosi Penjualan	28
	G. Publisitas	32
	H. Penjualan.....	34
	I. Manfaat promotional mix terhadap pembelian	38
	J. Penelitian Terdahulu	42
	K. Hipotesis	43
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Kerangka Pemikiran.....	45
	B. Data dan Sumber Data	46
	C. Analisis Data.....	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum PT. Timbul Maridy Jaya Motor	55
	B. Analisis Data.....	67
	C. Pembahasan.....	79
BAB VI	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	84
	B. Keterbatasan Penelitian.....	84
	C. Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Periklanan	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Personal Selling	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Publisitas	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
3.1 Kerangka Pemikiran.....	46
3.2 Struktur Organisasi PT. Timbul Maridy Jaya	56

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian survey yang dilakukan terhadap pemakai sepeda motor honda di PT. Timbul Maridy Jaya Motor Boyolali. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sumber data dari data primer adalah diperoleh melalui hasil kuesioner dan interview atau wawancara langsung dengan perusahaan sedangkan sumber data dari data sekunder berupa buku maupun literatur-literatur lain yang sesuai dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan proses penyebaran kuisisioner, wawancara dan observasi. Dari proses analisis yang dilakukan, diperoleh persamaan regresi linier berganda.

$Y = -0,947 + 0,223X_1 + 0,079X_2 + 0,234 X_3 + 0,214X_4$, berdasarkan nilai dari *Standartlized Coefficients Beta* dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi pembelian adalah variabel promosi penjualan (X_3). Uji t yang dilakukan pada variabel periklanan (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} (2,195) >$ dari $t_{tabel} (2,013)$, berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pembelian (Y). Uji t pada variabel personal selling (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (0,810 < 2,013)$, berarti terdapat pengaruh tidak signifikan terhadap pembelian (Y). Uji t pada variabel promosi (X_3) diperoleh nilai $t_{hitung} (3,380) >$ dari $t_{tabel} (2,013)$, berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pembelian (Y). Uji t pada variabel publisitas (X_4) diperoleh nilai $t_{hitung} (2,050) >$ dari $t_{tabel} (2,103)$, berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pembelian (Y). Hasil uji F yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel} (14,595 > 2,61)$, berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) antara variabel periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas terhadap pembelian. Hasil koefisien dari determinasi menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan variabel bebas 56,50% ($R^2 = 0,565$), terhadap pembelian.

Kata Kunci : *Periklanan, Personal selling, Promosi Penjualan, Publisitas, dan Pembelian..*